

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan salah satu industri dengan pertumbuhan tercepat di dunia, bahkan sektor pariwisata adalah salah satu penggerak perekonomian dunia dan menjadi lahan pekerjaan bagi banyak orang. Pariwisata sendiri berarti kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk melakukan suatu perjalanan dari tempat tinggalnya menuju destinasi wisata tertentu. Jika dilihat dari data yang dibagikan oleh Badan Pusat Statistik, kunjungan wisatawan ke Indonesia pada tahun 2016 mengalami kenaikan sebesar 10.69% dari tahun sebelumnya. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia selama tahun 2016 mencapai 11,52 juta. Angka ini mengalami kenaikan sebesar 10.69% dibandingkan periode yang sama tahun 2015 sebesar 10,41 juta kunjungan. Namun, Kota Bandung tidak mengalami kenaikan yang serupa, jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Bandung mengalami penurunan seperti yang ditampilkan pada tabel berikut:

TABEL 1.1
TABEL JUMLAH WISATAWAN KOTA BANDUNG
PERIODE 2011 – 2016

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Domestik	
2011	225.585	6.487.239	6.712.824
2012	176.855	5.080.584	5.257.439
2013	176.432	5.388.292	5.564.724
2014	180.143	5.627.421	5.807.564
2015	183.932	5.877.162	6.061.094
2016	173.036	4.827.589	5.000.625

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2017

Kota Bandung yang terletak di Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu kota yang paling diminati oleh wisatawan karena memiliki banyak destinasi wisata dan beragamnya jenis wisata yang tersedia mulai dari wisata alam, wisata sejarah, wisata kuliner, wisata minat khusus, bahkan wisata budaya, seperti yang disuguhkan oleh Saung Angklung Udjo. Wisata budaya sendiri berarti bepergian bersama-sama dengan tujuan mengenali hasil kebudayaan setempat (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2001: 1274). Richards (2007) mengungkapkan bahwa pasar dari wisata budaya adalah salah satu pasar yang berkembang pesat, dengan perhitungan 40% dari pergerakan wisatawan internasional. Pentingnya pasar ini membornarkan upaya dalam meneliti fitur, perilaku, dan motivasi dari wisatawan.

Saung Angklung Udjo merupakan destinasi pariwisata yang berbentuk Perseroan Terbatas atau PT yang didirikan oleh Udjo Ngalagena beserta istrinya Uum Sumianti pada tahun 1966. Saung Angklung Udjo memiliki tujuan untuk melestarikan Seni Budaya Sunda khususnya alat musik Angklung yang dikemas dalam sebuah pertunjukan untuk menghibur para wisatawan baik lokal maupun mancanegara karena pertunjukan yang ditampilkan di Saung Angklung Udjo bersifat bilingual. Dengan jumlah kunjungan wisatawan yang mengalami penurunan di Kota Bandung, maka Saung Angklung Udjo pun mengalami penurunan kunjungan seperti yang ditampilkan di tabel berikut:

TABEL 1.2
TABEL JUMLAH WISATAWAN SAUNG ANGKLUNG UDJO
PERIODE 2014 – 2016

Tahun	Jumlah Wisatawan		Jumlah
	Asing	Domestik	
2014	26.840	151.938	178.778
2015	29.260	177.652	206.912
2016	29.074	176.858	205.932

Sumber: Arsip HRD Saung Angklung Udjo 2017

Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa jumlah kunjungan wisatawan di Saung Angklung Udjo mengalami penurunan sebesar 0.005%, meskipun persentasenya kecil namun sebenarnya penurunan kunjungan ini cukup merugikan perusahaan. Saung Angklung Udjo merupakan tempat wisata yang sudah sangat dikenal di masyarakat baik dalam negeri maupun mancanegara, bahkan setiap harinya Saung Angklung Udjo tidak luput dari wisatawan mancanegara yang datang baik secara perorangan maupun berkelompok dengan menggunakan jasa travel. Namun dengan terkenalnya Saung Angklung Udjo, belum berarti wisatawan yang berkunjung mendapatkan pengalaman (*experience*) yang menentukan minat untuk mengunjungi kembali (*revisit intention*). Kunjungan berulang pada pasar wisata budaya ini belum menerima banyak perhatian. Mengingat bahwa wisatawan yang berwisata budaya cenderung didorong oleh motif pendidikan dan pencarian sesuatu yang baru (Chang et al., 2006; Cohen, 1972) mereka mungkin tidak berkunjung kembali ke destinasi wisata tersebut sesering wisatawan yang lain, bahkan walaupun mereka menikmati pengalamannya. Namun, pasar dari wisata budaya ini juga diakui sebagai heterogen (Dolnicar, 2002; McKercher, 2002; Richards, 2002; Sillberberg, 1995),

Dalam mengembangkan suatu tempat wisata, pengelola tentu harus menaruh perhatian terhadap pengalaman wisata yang mengesankan untuk membangun strategi sehingga dapat tercapainya keinginan untuk berkunjung kembali (*revisit intention*) dari para wisatawan. Wisatawan yang merasa puas dengan pengalamannya secara tidak langsung akan menyebarkan pengalamannya kepada orang-orang terdekatnya agar mereka mengalami pengalaman yang sama dan cenderung akan mengunjungi kembali destinasi wisata tersebut di masa yang akan datang. Menurut Chandralal & Valenzuela (2013), pengalaman wisata yang mengesankan (*memorable tourism experience*) memengaruhi hasil perilaku, seperti minat berkunjung kembali atau merekomendasikan perjalanan dan destinasi yang mengesankan kepada orang lain. Sebagai sebuah destinasi wisata budaya unggulan, Saung Angklung Udjo harus dapat memberikan pengalaman yang mengesankan kepada para pengunjungnya agar mereka memiliki keinginan untuk berkunjung kembali kesana. Maka dari itu peneliti

menggunakan teori *memorable tourism experience* untuk mengukur pengaruhnya terhadap keinginan berkunjung kembali dari para pengunjung Saung Angklung Udjo.

Memorable tourism experience terdiri dari delapan dimensi, yaitu kebermaknaan yang dirasakan (*perceived meaningfulness*), kesempatan yang dirasakan dalam mendapatkan pengalaman lokal yang otentik (*perceived opportunities for encounter authentic local experience*), signifikansi yang dirasakan (*perceived significance*), kebaruan yang dirasakan (*perceived novelty*), kesempatan yang dirasakan dalam mendapatkan interaksi sosial (*perceived opportunities for social interaction*), keramahan penduduk lokal yang dirasakan (*perceived local hospitality*), penemuan yang tidak direncanakan dan kejutan (*serendipity & surprises*), dan profesionalisme pemandu lokal yang dirasakan (*perceived professionalism of local guides*). Dari ke-delapan faktor tersebut, peneliti akan melakukan Uji T untuk menentukan faktor mana saja yang menjadi pengaruh pengunjung untuk kembali berkunjung ke Saung Angklung Udjo. Oleh karena itu pentingnya dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhinya dan hal apa yang paling dominan.

Berdasarkan uraian ini, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE (MTE) TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI (REVISIT INTENTION) DI SAUNG ANGKLUNG UDJO”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, dapat dirumuskan beberapa masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *memorable tourism experience* di Saung Angklung Udjo?
2. Bagaimana gambaran *revisit intention* pengunjung Saung Angklung Udjo?
3. Bagaimana pengaruh *memorable tourism experience* terhadap *revisit intention* pengunjung Saung Angklung Udjo?
4. Seberapa besar pengaruh *memorable tourism experience* terhadap *revisit intention* di Saung Angklung Udjo?

Alya Shafira, 2018

PENGARUH MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE (MTE) TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI (REVISIT INTENTION) DI SAUNG ANGKLUNG UDJO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah.

1. Menganalisis *memorable tourism experience* di Saung Angklung Udjo.
2. Menganalisis *revisit intention* pengunjung Saung Angklung Udjo.
3. Menganalisis pengaruh *memorable tourism experience* terhadap *revisit intention* pengunjung Saung Angklung Udjo.
4. Menganalisis besar pengaruh *memorable tourism experience* terhadap *revisit intention* di Saung Angklung Udjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam aspek teoritis (keilmuan) pada ilmu pariwisata, khususnya pemasaran pariwisata sehingga diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan bagi para akademisi dalam mengembangkan teori serupa.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Pengelola

Hasil penelitian diharapkan dapat membantu menyusun strategi dalam meningkatkan kepuasan pengalaman dan minat berkunjung kembali para wisatawan yang mengunjungi Saung Angklung Udjo.

b. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan keilmuan dan memberi wawasan pemahaman, juga menjadi sarana dan hasil nyata pengaplikasian ilmu yang telah diperoleh oleh peneliti selama ini terutama dalam bidang pariwisata.

c. Bagi Penulis Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti kedepannya yang akan melakukan penelitian di Saung Angklung Udjo.

1.4.3 Manfaat Kebijakan

Manfaat dari penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan bagi pemerintah untuk lebih memperhatikan wisata di Kota Bandung khususnya Saung Angklung Udjo agar wisata di Kota Bandung semakin dikenali oleh masyarakat luar Kota Bandung, baik lokal maupun mancanegara.

1.4.4 Manfaat Isu dan Aksi Sosial

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat mengekspos dan memperkenalkan wisata budaya Saung Angklung Udjo yang memperkenalkan kebudayaan Sunda dengan beragam keseniannya.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Skripsi ini disusun dengan menginduk pada sistematika penulisan yang tercantum pada buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah UPI 2016. Berikut sistematika yang digunakan:

JUDUL

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

1. BAB I: PENDAHULUAN

Berisi mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

2. BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Berisi teori-teori para ahli yang mendukung penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, dan kerangka pemikiran.

3. BAB III: METODE PENELITIAN

Berisi mengenai metode yang digunakan dan penjelasan seperti Desain penelitian, Lokasi, Variabel, Definisi Oprasional, Instrumen Penelitian, dan Teknik Pengumpulan Data.

Alya Shafira, 2018

PENGARUH MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE (MTE) TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI (REVISIT INTENTION) DI SAUNG ANGKLUNG UDJO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4. BAB IV: TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Berisi mengenai temuan dalam penelitian yang dilakukan serta hasil pembahasan dalam penelitian yang dilakukan.

5. BAB V :SIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan akan jawaban rumusan masalah penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya yang serupa.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN